

PRESENTACION

Como viene siendo habitual en los últimos años, la revista **Información Comercial Española** publica un número monográfico dedicado al análisis del Sector Exterior, en el que se recogen investigaciones recientes relacionadas con el tema. Con esta publicación, ICE trata de reflejar la importancia del proceso de internacionalización de la actividad económica mundial, lo que ha sido particularmente significativo en el caso español, dado que, desde mediados de la década de los años ochenta, la economía española está asistiendo a un proceso de apertura e integración en los mercados internacionales que puede calificarse como espectacular, irreversible y exitosa.

La espectacularidad del proceso hace referencia a la velocidad e intensidad del mismo, como lo prueba el que, en apenas década y media, el coeficiente de apertura de la economía española, medido como la relación entre la suma de exportaciones e importaciones de bienes y servicios en términos del PIB, se ha situado en niveles por encima de los de países de mucha mayor tradición en el comercio internacional, como es el caso de Alemania, Francia, Italia, Estados Unidos o Japón. La irreversibilidad supone que nos encontramos ante un cambio de modelo de crecimiento que no admite vuelta hacia atrás, dada la magnitud y profundidad de los cambios que se vienen experimentando. Finalmente, el éxito se deriva de la cada vez mayor cuota de participación de las empresas españolas en los flujos de comercio e inversión internacional, lo que es más relevante si se tiene en cuenta que tanto la actividad comercial como la inversora a nivel internacional son actividades crecientes. En otras palabras, la empresa española tiene cada vez más proporción de una tarta que, además, está aumentando de tamaño de forma continua.

Junto a estos aspectos incuestionables y que además son cuantificables, también puede afirmarse que nuestra internacionalización viene acompañada de otros factores de tipo cualitativo que ponen de manifiesto que nos encontramos ante una actividad muy dinámica. Así, por un lado, el viejo tópico de que la actividad exportadora era una actividad de tipo residual ha dejado de ser cierto para buena parte de nuestras empresas. Dicho de otro modo, las empresas ya no recurren a los mercados exteriores cuando el mercado nacional se encuentra saturado, sino que consideran la venta en el exterior como algo tan prioritario como la venta en el mercado nacional, de tal forma que la decisión final de vender fuera o dentro depende de cuál de los dos mercados es más rentable. En la base de este cambio de mentalidad subyace el que buena parte de nuestro comercio se desarrolla con zonas geográficas con las que compartimos no sólo un mercado interior y normas comunes sino incluso una misma moneda, lo cual supone que en torno a dos tercios de nuestro comercio con el exterior se desarrolla en un área con la que la única barrera real es la lingüística. Estas facilidades para el comercio se ven sustancialmente

facilitadas también por el cada vez mayor conocimiento de los mercados internacionales y de cómo hacer negocios en los mismos, así como por la creciente formación en los instrumentos financieros, de marketing, logística o contratación internacional de las personas encargadas de los departamentos de internacional de las empresas. No cabe duda de que estas mejoras no se distribuyen de forma equitativa entre todas las empresas, quedando todavía margen para la mejora, especialmente por lo que se refiere al aumento de la actual base exportadora y al fomento de la participación de las pequeñas empresas.

Al reto de incrementar la actual base exportadora y de fomentar la participación de nuestras pequeñas y medianas empresas habría que añadir la necesidad de una mayor diversificación de los mercados de destino de nuestra exportación. En este sentido, la incorporación de España a las Comunidades Europeas ha supuesto un grado de concentración en la Unión Europea y, particularmente, en determinados mercados como el alemán, francés, italiano, portugués y británico, muy por encima del de nuestros socios comunitarios, lo que no sólo nos hace más vulnerables respecto al ciclo de las economías europeas, sino que supone que nuestra presencia en terceros mercados de elevado crecimiento potencial sea inferior a la de los principales países europeos. A este reto de diversificación, sería necesario añadir el de la necesidad de crear una imagen de marca de España, dado que todavía nos encontramos en este sentido por detrás de países con los que queremos converger.

Por otro lado, el proceso de apertura de la economía española ha venido acompañado de un avance cada vez mayor en las distintas etapas de internacionalización por las que atraviesan las empresas, de tal forma que si al principio dicho proceso de internacionalización adquiría mayoritariamente la forma de la venta de bienes en el exterior, progresivamente van tomando mayor relevancia otras formas como la inversión directa. En este sentido, cabe destacar el sustancial punto de inflexión experimentado en los últimos años por la economía española en la que los flujos de inversión directa en el exterior han comenzado a superar a los flujos de inversión directa recibidos, lo que supone un cambio drástico en el comportamiento de nuestra economía. A pesar de este cambio, no deja de ser cierto que el número de nuestras empresas inversoras en el exterior es todavía escaso si se compara no ya con el total de nuestras empresas sino incluso con nuestras empresas exportadoras, lo que, por otra parte, puede también explicarse porque el umbral de tamaño mínimo para la inversión es relativamente elevado, muy superior al de la actividad exportadora.

Desde el punto de vista de las características de nuestro comercio exterior, no cabe duda de que el crecimiento de la inversión directa va a conllevar un cambio sustancial en la forma en que se desarrollan nuestros intercambios comerciales. En concreto, el comercio convencional entre empresas independientes va a perder paulatinamente peso respecto al denominado comercio intraempresa, es decir, el comercio que desarrollan las filiales de las empresas multinacionales entre sí y que, como ya indican diversas encuestas, comienza a ser mayoritario en los flujos comerciales de determinadas regiones geográficas.

El presente número de *ICE* está dividido en tres bloques. El primero de ellos consta de tres artículos que giran en torno a la internacionalización de la empresa española. Así, el trabajo de **Adolfo Gutiérrez de Gandarilla** y **Luis Javier Heras**, que lleva por título «La proyección exterior de las empresas españolas: una contrastación empírica de la teoría gradualista de la internacionalización», utiliza un modelo de regresión logística para contrastar los factores que determinan la inversión directa española en el exterior, haciendo especial hincapié en el papel desempeñado por variables como el tamaño empresarial, el tamaño del mercado nacional, la capacidad de decisión sobre el crecimiento interno, la realización de actividades tecnológicas, la diferente disponibilidad de recursos, y el sector de actividad de la empresa.

Por su parte, el artículo «Una aproximación empírica a las características de la cooperación exportadora española» de **Miguel Angel López Navarro** analiza las características de los consorcios de exportación que se han desarrollado al amparo del Programa de Consorcios de Exportación del Instituto Español de Comercio Exterior, atendiendo a distintos criterios de clasificación como el número de socios, el carácter complementario o no de las empresas miembros de cada consorcio, la exclusividad o no de los participantes, la estructura de financiación, el papel de líder del consorcio, o el tamaño de las empresas participantes.

Finalmente, en el trabajo de **José Antonio Alonso** y **Vicente Donoso**, titulado «Modelización del comportamiento de la empresa exportadora española», se trata de apuntar qué variables se asocian de forma más adecuada con un comportamiento exportador con éxito, analizándose, entre otras, variables como la existencia de departamento exportador, la estrategia de dispersión de mercados de exportación, el incremento de la propensión exportadora en los últimos años, o los gastos de promoción y publicidad sobre exportaciones.

En la segunda sección del monográfico se recogen aquellos trabajos relacionados con el análisis estadístico y econométrico de nuestro sector exterior. Así, el artículo de **Tomás V. Ruiz Céspedes** sobre «Series estadísticas de producción y comercio exterior para las manufacturas españolas, 1966-1996», tiene como objetivo proporcionar información homogénea del comercio exterior y la producción de las manufacturas españolas, con el que poder realizar un análisis completo del sector manufacturero español en el que integrar los determinantes internos y externos de su producción con los principales ratios de apertura al exterior y grado de exposición a la competencia externa.

En el artículo de **Ali Chebil** y **Julián Briz**, titulado «Función de exportación hortícola española», se estudian los determinantes de las exportaciones españolas de productos hortícolas haciendo uso de un modelo de cointegración en el que las dos principales variables explicativas significativas son la renta de los países de la UE y un indicador de competitividad.

Por su parte, el trabajo «El ajuste de los precios de exportación ante las variaciones de los tipos de cambio en un contexto de competencia imperfecta: una aplicación empírica a la industria automovilística de Castilla y León», realizado por **Zenón Jiménez Ridruejo**, **Julio Herrera** y **Jesús Santamaría**, se centra en el análisis de un sector clave para Castilla y León, como es el

automóvil, y en la respuesta de las exportaciones de dicho sector a las variaciones del tipo de cambio y su repercusión en los precios a los que exporta.

Por último, **José Ramón Cancelo** y **Julio G. Sequeiros**, en su artículo «Índices mensuales de valor unitario del comercio exterior de Galicia: metodología y principales resultados», plantean la metodología y características de los índices de valor unitario para el caso gallego, a partir de la metodología utilizada para los índices de valor unitario españoles, siendo el objetivo último del artículo proporcionar un instrumento útil para realizar un análisis más adecuado del comercio exterior del que dan las cifras del comercio en términos nominales.

En la última sección del monográfico se engloban cuatro aportaciones relacionadas con diversos aspectos del comercio internacional. En el primero de ellos, el firmado por **María José Balaguer Franch** e **Inmaculada Martínez Zarzoso**, bajo el título «Análisis de los flujos comerciales UE-Mercosur», se proporcionan diversos indicadores de ventaja comparativa revelada y comercio intraindustrial válidos para el análisis de los intercambios comerciales entre las dos zonas, así como un modelo que trata de determinar las variables explicativas de los flujos comerciales bilaterales.

Por su parte, en «Capacidad tecnológica y competitividad externa. Una aplicación de la teoría del *gap* tecnológico a la Unión Europea», **Sara Barcenilla Visús** y **Pablo Lozano Chavarría** contrastan empíricamente la teoría del *gap* tecnológico aplicado a los países de la Unión Europea y referido a quince sectores industriales concretos. Los resultados del estudio ponen de manifiesto la validez de la teoría, si bien ello no implica que no existan otros factores que afectan a la competencia internacional de los países de la UE.

En el penúltimo trabajo del monográfico, **Helena Ancos Franco**, en «La progresiva configuración de las transferencias internacionales de datos como objeto del tráfico comercial internacional», aborda un tema de gran actualidad como es el del movimiento internacional de datos y sus implicaciones desde el punto de vista de una regulación de los mismos que permita su eficacia y garantice la seguridad jurídica de todas las partes implicadas.

Para terminar, **Francisco Bataller** y **Josep M^a Jordán Galduf** cierran el número con su artículo «El área euromediterránea: esperanzas, logros y frustraciones del proceso de Barcelona», en el que se analizan los resultados alcanzados tras cinco años desde la celebración de la Conferencia Euromediterránea que tuvo lugar en Barcelona en 1995 y cuáles debieran ser las líneas de actuación en el futuro.

*Enrique Verdeguer Puig**

* Técnico Comercial y Economista del Estado.